



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

ANALISIS PENGARUH PENERAPAN AIRLINES SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, CORPORATE IMAGE TERHADAP CUSTOMER TRUST DAN CUSTOMER LOYALTY PENUMPANG GARUDA INDONESIA DI BANDAR UDARA SULTAN ISKANDAR MUDA BANDA ACEH

ABSTRACT

ABSTRAK

Abstrak karya akhir diserahkan kepada Panitia Komisi Ujian untuk mendapatkan Gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh

ANALISIS PENGARUH PENERAPAN AIRLINES SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE DAN CORPORATE IMAGE TERHADAP CUSTOMER TRUST DAN CUSTOMER LOYALTY PENUMPANG GARUDA INDONESIA DI BANDAR UDARA SULTAN ISKANDAR MUDA BANDA ACEH

Oleh:

MUHAMMAD IRFAN

NIM : 1509200020027

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing Pertama : Prof. Dr. Abdul Rahman Lubis, M.Sc

Pembimbing Kedua : Dr. Syafruddin Chan, SE, MBA

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan airlines service quality, perceived value dan corporate image terhadap customer trust dan customer loyalty penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Sultan Iskandar Muda Banda Aceh. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 170 orang yang diambil menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling yang lebih spesifik yaitu random sampling. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode pembagian kuesioner dan wawancara langsung. Selanjutnya setelah data diperoleh maka dianalisa dengan menggunakan alat analisa data SEM (Structural Equation Modelling) Amos dan SPSS Versi 22.

Variabel yang paling dominan berpengaruh adalah variable Corporate Image terhadap Customer Trust. Dalam meningkatkan Customer Trust dan Customer Loyalty penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Sultan Iskandar Muda Banda Aceh maka airlines service quality, perceived value dan corporate image dipandang perlu untuk dilakukan perbaikan. Berdasarkan kondisi yang terjadi dilapangan, penelitian ini menghasilkan rekomendasi untuk perbaikan pelayanan penerbangan dimasa yang akan datang.

Kata Kunci : Airlines Service Quality, Perceived Value, Corporate Image, Customer Trust, Customer Loyalty